

2. 東北（地域別調査機関：公益財団法人東北活性化研究センター）

（-：回答が存在しない、\*：主だった回答等が存在しない）

分野	景気の現状判断	業種・職種	判断の理由	追加説明及び具体的状況の説明
家計動向関連 (東北)		競艇場（職員）	単価の動き	・売上向上策として実施したイベントの効果が出ている。
		一般小売店〔書籍〕（経営者）	販売量の動き	・売上の全体的な底上げができています。
		一般小売店〔医薬品〕（経営者）	販売量の動き	・消費税の引上げで売上が著しく落ち込んだ3か月前との比較となるため、大分持ち直してきており、1人当たりの単価も上向きになっている。
		コンビニ（経営者）	販売量の動き	・低価格よりも通常価格帯の商品が伸びているため、買上点数や客単価が伸長している。また、雪が少なく外に出やすい天候も影響している。
		コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャッシュレス還元の影響で、キャッシュレスでの支払比率が前年と比較して10%高く、来客数の増加にも寄与している。
		衣料品専門店（店長）	販売量の動き	・10月からの消費税の引上げでスーツなど単価の高いものが売れない状況だったが、初売り以降のセールから必要なものを買いはじめており、ようやく不振から回復しつつある。
		家電量販店（従業員）	来客数の動き	・冷蔵庫、エアコンなどの大型商材の動きは鈍いものの、消費税の引上げ直後の10月と比較すれば、多少の回復傾向にある。
		乗用車販売店（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げから12月までは計画に対し厳しい実績であった。今年に入ってからは暖冬の影響もあるのか来客数や実績が伸びてきている。
		観光型旅館（スタッフ）	単価の動き	・降雪がない関係で遠方から車で来る客が多い。また、隣県客限定割引を行った結果、平日の稼働率及び単価が上昇している。
		その他サービス〔自動車整備業〕（経営者）	来客数の動き	・暖冬で心配したが、客足は落ちていない。
		住宅販売会社（経営者）	それ以外	・遅れていた大手企業の遊休地取得ができています。
		商店街（代表者）	単価の動き	・暖冬少雪で外に出やすい状況のため来客数は増えたものの、単価が以前より落ち込んでいる。そのため、結果として売上は前年を多少上回る程度となっている。
		一般小売店〔酒〕（経営者）	お客様の様子	・今年は今までにない暖冬で積雪が全くない状態である。除雪作業がないことで関連業者は苦しい状況に追い込まれており、雪まつりやスキー目当ての観光客数にも多大な影響が出るなど、回るべき金が回らない状況に苦しんでいる。
		一般小売店〔カメラ〕（店長）	販売量の動き	・高額商材の販売により売上を確保しているものの、販売量は減少傾向にある。
		百貨店（売場主任）	お客様の様子	・化粧品や消耗品については需要が回復してきているものの、ファッション関連アイテムは低迷している。商品のカテゴリーによっても状況は異なるが、依然として客の生活防衛意識は続いている。
		百貨店（経営者）	単価の動き	・来客数はほぼ前年並みで推移しているものの、全体的に高額商材のシェアが落ちてきており、客単価が低下している。これは消費税の引上げ後の特徴的な動きである。
	スーパー（経営者）	単価の動き	・平均1品単価の前年割れが続いている。買上点数は前年を若干上回ったものの、平均単価の落ち込み分をカバーできていないため、消費の傾向に変化はない。	
	スーパー（店長）	販売量の動き	・年明け以降、来客数は維持できているものの、客単価の低下がみられている。そのため、前年比では厳しい売上状況が続いている。	
	コンビニ（経営者）	来客数の動き	・来客数は減少しているが、キャッシュレス還元で1人当たりの買上点数が増加しているため、売上はそれほど減少していない。	
	コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・キャッシュレス還元も伸びがみられず、外的環境にも変化がない状況である。	
	衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・私立高校の制服注文の時期であるが、生徒数が年々減少しており、県外からのスポーツ入学生で何とか前年並みの販売量となっている。その他の冬物は暖冬で全く動きがない状態である。	

衣料品専門店 (経営者)	お客様の様子	・バーゲンセールがスタートして購買客数は増えたが、割引率の高い高額商材よりも、割引率は低くても低単価商品に魅力を感じる客が多く、客単価を上げることができていない。
衣料品専門店 (店長)	販売量の動き	・暖冬のため単価の高い冬の防寒着の動きが鈍く、他の商材でカバーしきれていない。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・法人客の販売量は多少伸びているものの、個人客の販売量が伸びていない。
乗用車販売店 (従業員)	販売量の動き	・来客数は徐々に増加傾向にあるが、受注に至らないため受注量の増加につながらない。
乗用車販売店 (本部)	販売量の動き	・水害の影響の大きかった一部地区を除き、来客数、販売量共に前年並みで推移している。ただし、県内特有の商習慣である初売りについては、客足が余り伸びていない。
住関連専門店 (経営者)	販売量の動き	・受注生産のため、現在は受注したものを生産している。
その他専門店 [靴] (従業員)	販売量の動き	・記録的な暖冬により降雪や積雪がないため、長靴やブーツの売行きが悪い。
その他専門店 [ガソリンスタンド] (営業担当)	販売量の動き	・暖冬の影響で灯油の販売量が前年比85%程度に落ち込んでおり、軽油も前年を下回っている。
その他小売 [ショッピングセンター] (統括)	来客数の動き	・初売りは前年を下回ったものの、その後のバーゲンセールが好調に推移しており、来客数も安定している。
一般レストラン (経営者)	競争相手の様子	・同業者や仕入先からは、相変わらず景気がかなり悪いという声を聞いている。
一般レストラン (経営者)	来客数の動き	・来客数の動きは日によって極端に分かれている。月前半は特にひどかったが、後半から多少良くなっている。ただし、客は同じ日に集中しているため、全体的に良くなっているとはいえない。
観光型旅館(経営者)	来客数の動き	・相変わらず前年比は微減の状態が続いており、好転の兆しはみられていない。
都市型ホテル (スタッフ)	お客様の様子	・冬のために披露宴がなく、一般宴会も前年を下回っている。また、宿泊もインバウンド客が増える要素がないため、前年に届かない状況となっている。
タクシー運転手	お客様の様子	・正月明けからは、買物のためにスーパーへと迎車する回数が減っている。前月の60%程度であり、3か月前とほぼ同じ回数となっている。
通信会社(営業担当)	販売量の動き	・消費税の引上げ以降は、特に自動車の販売が落ち込んでいる。ただし、全体的な景気に対する影響はそれほどではなく、景気に大きな変化はみられていない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・客の設備投資意欲に変化はみられていない。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・年末年始に一時的に増えていた映像サービス、通信サービスの加入者も落ち着いている。また、暖冬の影響もあって外出の機会が増えたこともあり、自宅で映像コンテンツを楽しむとする客が減ってきている。
通信会社(営業担当)	お客様の様子	・消費税の引上げ後も客の様子は余り変わっていない。
観光名所(職員)	来客数の動き	・好調なインバウンドに支えられて来客数自体は伸びているが、余りにも雪が降らず、冬の船下りの楽しみである雪景色を見ることができないため、日本人客が減っている。売上はそれほど落ち込んではいないが、支えているのはインバウンド客のため、この先の見通しが立たず、景気が良いとはいえない。
遊園地(経営者)	来客数の動き	・8日間の限定営業だったが、暖冬の影響で来客数や単価は前年を上回っている。
美容室(経営者)	来客数の動き	・来客数が前年比98%前後で推移している状況に変化がない。
商店街(代表者)	販売量の動き	・暖冬で例年よりも雪が少なく、冬物商材の売上が伸びずに消費が停滞している。
一般小売店[医薬品](経営者)	来客数の動き	・前年同月比において、来客数が10%以上減少している。

百貨店（買付担当）	お客様の様子	・一部カテゴリーでは暖冬の影響がみられるものの、全体的には生活防衛意識による買い控えがみられている。
スーパー（経営者）	お客様の様子	・この時期の売場は鍋料理を売り込むことで野菜、魚、肉などの売上を確保するが、暖冬の影響で鍋商材が売れていない。気温が高く雪も極端に少ないことから来客数は前期並みであるが、客単価が上がらない状況である。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・売上の前年比が96.8%と、酒、雑貨など消費税の引上げが大きく影響する部門が特に厳しくなっている。生鮮青果、食肉、総菜、日配部門も前年を下回るなど、客の節約志向が強まっている。
スーパー（営業担当）	販売量の動き	・来客数は前年並みで推移しているものの、買上点数は97%であり、客単価も伸びていない。特に加工食品、菓子、酒の買上点数の減少が大きい。生鮮の客単価は高いものの、1品単価が高いことが要因であり販売量は伸びていない。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・3か月前と比較して、かなり悪い状態となっている。天候には恵まれたものの、主な客層である建設業の動きが悪く、来客数がかなり悪化している。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・客単価は前年並みで推移しているものの、来客数は前年を下回っている。
コンビニ（経営者）	お客様の様子	・除雪代の負担もそうだが、雪が少ない影響で夜間の除雪業者関連の来客数が減っている。また、競合の影響が徐々に大きくなっている。
コンビニ（経営者）	来客数の動き	・例年よりも温暖な天候により、土木関係企業への除雪受注量が減少している。そのため、小売業の販売量減少を招いている。
コンビニ（エリア担当）	来客数の動き	・東北全体でみても来客数の減少に歯止めが掛からず、特に北東北の状況が悪い。東日本大震災の津波被災地では人口が震災前と比べて大きく減少しているところもあり、景気回復の兆しはみえていない。
コンビニ（店長）	来客数の動き	・軽減税率やキャッシュレス還元の効果か、県内のコンビニにおいて前年比は決して悪くない状態である。ただし、最近では新型コロナウイルスへの警戒からか、来客数が徐々に減りつつある。今後の状況によっては、小売業全体が打撃を受ける可能性がある。
衣料品専門店（経営者）	お客様の様子	・冬物の販売が最終段階を迎えているが、好天で雪が少ないため、コートや厚手のセーターの動きが止まるのが早まっている。
衣料品専門店（店長）	来客数の動き	・初売りで買い控えの客が一時的に動いたが、10日以降からは一気に落ち着いてしまっている。
衣料品専門店（総務担当）	販売量の動き	・暖冬の影響もあって買上点数が前年比90%の状態であり、来客数も落ちている。
家電量販店（店長）	来客数の動き	・暖冬気味のため、石油系、電気系の暖房商材の売行きが振るわない状態である。また、消費税の引上げの影響が多少残っており、世界情勢の不安定さからも消費マインドが慎重になってきている。単価も下がってきているため、好調なパソコンやテレビの売上でもカバーしきれなくなっている。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・当店は初売りを行っていないため、販売は小物が多く売上が伸び悩んでいる。仏事に関する需要が薄れつつあることも一因である。
住関連専門店（経営者）	販売量の動き	・天候に恵まれて雪も少なかったが、景気は非常に悪い状況である。
その他専門店 [ガソリンスタンド]（営業担当）	販売量の動き	・暖冬が続き、灯油やスタッドレスタイヤなどの季節商材の販売量が低調に推移している。
一般レストラン（経営者）	来客数の動き	・消費税の引上げの影響を心配していたが、それほどの落ち込みにはなっていない。これを機に値上げをしたが、価格に見合った客層の来客数が増えている。その分、客の二極化が進んでいる。
旅行代理店（経営者）	販売量の動き	・店頭、Web共に、個人旅行の販売量が落ち込んでいる。
通信会社（営業担当）	競争相手の様子	・個人消費の拡大策や所得の増加に向けた政策が進まず、一部の企業だけが潤っている状況である。景気の循環が弱いため、景気はやや悪いとみている。

	通信会社（営業担当）	来客数の動き	・来客数が激減している。また、初売りの販売数も減少している。
	設計事務所（経営者）	お客様の様子	・前年同時期と比べて発注量は減少している。東日本大震災からの復旧、復興工事が落ち着いてきていることや、教育施設のエアコン工事に伴う設計、監理業務が終わることが要因である。
	その他住宅〔リフォーム〕（従業員）	販売量の動き	・消費税の引上げ後は問合せの減少が続いている。また、リフォーム工事や住設機器交換工事の受注量も減っている。
×	一般小売店〔医薬品〕（経営者）	それ以外	・初売りは多くの人でにぎわったが、その後の売上はどんどん下がってきている。また、働き方改革による影響なのか、飲食店自体の閉店時間も早くなっており、ネオンの街が非常に暗く寂しくなっている。
×	一般小売店〔寝具〕（経営者）	販売量の動き	・予想はしていたが、今月は商品の動きが全くない状態である。
×	スーパー（経営者）	お客様の様子	・暖冬少雪の影響で除雪の出動回数が少なくなったことから、業者の収入が減少している。また、野菜の安値、鍋需要の不振、原油価格の高値なども景気に影響を与えている。
×	スーパー（店長）	販売量の動き	・来客数以上に客単価が落ち込んでいる。
×	その他専門店〔酒〕（経営者）	販売量の動き	・12月は売上目標を達成できなかったものの、ある程度の数字にはなっていた。ただし、1月はその反動や地方における消費税の引上げの影響など複合的な要因が重なり、悪い数字となっている。
×	その他専門店〔食品〕（経営者）	販売量の動き	・少雪の影響が出ている。除雪関係の金が市内に回らないためか、購買動向が弱い。
×	その他専門店〔白衣・ユニフォーム〕（営業担当）	販売量の動き	・消費税の引上げの影響をずっと引きずっており、売上は過去最低の記録を作っている。暖冬の影響もあるとみているが、こんなに売上が減少したのは初めてである。また、新型コロナウイルスの影響でマスクが底をつき、売りたいも売れない状況である。
×	高級レストラン（経営者）	来客数の動き	・寒い時期に寒くならないと良くならない。また、新型コロナウイルスの影響も心配である。
×	一般レストラン（経営者）	お客様の様子	・消費税の引上げによる家計の圧迫が続いており、遊びやぜいたく品に対する財布のひもが固い状態である。特に夜の部のサービス業に対する消費意欲は、個人、法人共に一番削られているところである。
×	タクシー運転手	お客様の様子	・乗客数の減少に加えて、利用距離や料金も減少している。
×	観光名所（職員）	来客数の動き	・暖冬少雪で道路状況は良いのに来客数が伸びていない。客の購入意欲も低下している。
企業動向関連	建設業（従業員）	受注量や販売量の動き	・大型公共工事などの受注により上向きとなっている。
	*	*	*
(東北)	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・初売りはまずまずの出足となっている。ただし、それ以降の動きについては、土産物が余り動かない時期であることを差し引いても、良くない状況である。
	食料品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・中国からの旅行客が減少している。
	食料品製造業（営業担当）	受注量や販売量の動き	・販売量が前年比96%となっている。また、3か月前と同様に売上は毎月4～5%の減少を続けている。
	出版・印刷・関連産業（経理担当）	受注量や販売量の動き	・3か月前と比較しても売上は横ばいで推移している。
	電気機械器具製造業（企画担当）	受注価格や販売価格の動き	・半導体製品をメインとする電子部品の大口価格が上昇傾向にあるため、業績が上向いてきている。
	電気機械器具製造業（営業担当）	取引先の様子	・3か月前と比較しても取引先の動きに変化がみられない。
	輸送業（経営者）	受注量や販売量の動き	・今のところ、売上が伸びるようなプラス要因はない。
	通信業（営業担当）	取引先の様子	・契約の解約や切替えの相談が多い。

	金融業（営業担当）	取引先の様子	・暖冬の影響により、除雪関連業者は大きな打撃を受けている。また、野菜価格の下落でスーパーも苦戦している。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックにより仕事が増えることを期待したが、影響は全くなく、冷え込みは続いている。各スポンサー企業も東京オリンピックで予算を使うために広告費の圧縮に動くなど、余計に景気を冷え込ませている。
	公認会計士	取引先の様子	・年末商戦の影響か、小売業においても業績の良い企業が多くみられている。また、建設業は一定水準の利益を確保している企業が多く、全体的に3か月前と同様の景気の動きとなっている。
	コピーサービス業（従業員）	取引先の様子	・販売量及び売上にほとんど変化がない状況である。
	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・12月に納品した流通在庫が動いていない。春節のインバウンド消費も新型コロナウイルスによる影響で水を差されている。
	農林水産業（従業者）	受注価格や販売価格の動き	・農協出荷分のりんごの精算が終わったが、一昨年よりも10～20%安い。個人向け販売も注文数の減少により同様の推移となっている。
	農林水産業（従業者）	それ以外	・消費税の引上げにより、農業資材の価格が上昇している。
	出版・印刷・関連産業（経営者）	受注量や販売量の動き	・取引先の話から、全体的に発注量が減っていることがうかがえる。
	窯業・土石製品製造業（役員）	受注量や販売量の動き	・民間工事が停滞しており大きな需要が見当たらない。業界としても設備投資は手控え気味である。
	金属製品製造業（経営者）	受注量や販売量の動き	・メーカーによって温度差はあるが、主力のカメラ業界は全体的に減産傾向にある。
	金融業（広報担当）	取引先の様子	・暖冬少雪の影響で例年より観光客の動きは良いが、地元においては冬物衣料や日用品などの在庫が出ている。また、建設業者への除雪受注量の激減も含め、中小零細事業者の資金繰りへの影響が懸念されている。
	広告業協会（役員）	受注量や販売量の動き	・令和になって初めての年始商戦は前年並みに推移したが、それ以降の消費活動が停滞気味であり、広告出稿にも影響が出ている。そのため、全体的にはマイナス傾向である。
	広告代理店（経営者）	受注量や販売量の動き	・東京オリンピックに対して、期間中やその後の景気減速を語る取引先が多くなってきている。
	経営コンサルタント	取引先の様子	・スキー場などの天候依存型の業態では、この冬の雪不足が大きく影響している。
	その他企業〔企画業〕（経営者）	受注量や販売量の動き	・今月に入ってから流通業からの受注量の減少が顕著である。取引先からは2月の決算を迎えて何とか手を打ちたいが、財布のひもが固い客が多く客単価が下がっていると聞いている。
	x	その他非製造業 〔食料品卸売業〕（経営者）	競争相手の様子 ・取扱商品は軽減税率の対象であるが、10%というイメージが強いのか、消費税の引上げ以降から買い控えが進んでいる。
雇用 関連  (東北)		アウトソーシング企業（社員）	それ以外 ・仕事の効率が良くなってきている。
		人材派遣会社（社員）	採用者数の動き ・同一労働同一賃金の条件交渉が大詰めとなっている。大半の契約先企業から理解が得られており、おおむね順調に進んでいる。しかし、地場企業などでは人件費上昇に伴う派遣料金の改定を受容できず、直接雇用への移行も含めて契約終了となるケースもある。
		人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子 ・ビルメンテナンス、外食産業、建設業、建設資材会社、広告代理店など、多業種にわたって人手不足が続いている。転職者が増えているなか、転職先の求人が多くある状態である。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き ・求人発生の理由は変わってきているものの、人手不足を理由とした募集は継続的に発生している。
		人材派遣会社（社員）	求人数の動き ・求人数に変化はない。年明けから求職者に動きがあるものの、毎年の流れのため、景気の動きとしての変化ではない。
		職業安定所（職員）	求人数の動き ・新規求職者数、月間有効求職者数共に、3か月連続で減少している。一方、求人数は臨時求人が多かったことから未充足求人も多く、月間有効求人数は3か月連続で増加している。

	職業安定所（職員）	求人数の動き	・製造業の求人が減少している。ただし、小売業、飲食業、医療福祉業では相変わらず人手不足感が続いている。
	その他雇用の動向を把握できる者	周辺企業の様子	・引き続き人手不足による求人はあるものの、製造業では先行き不安から求人を控える動きが出てきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	求人数の動き	・消費税の引上げの影響とみているが、流通を中心に求人数が減少している。採用の諦めによる一時的な減少ではなく、規模縮小による人員削減が顕著になってきている。
	新聞社〔求人広告〕（担当者）	周辺企業の様子	・被災地では復興工事が終わりを迎えている。また、記録的不漁を背景に、食品加工業や小売業の廃業が目立ち始めている。
	職業安定所（職員）	求人数の動き	・今は仕事をやめる人がいないため求人は出さないといわれるが、何となく昔と違うニュアンスに聞こえている。
	学校〔専門学校〕	それ以外	・消費税の引上げから4か月が経過したが、徐々に増税の影響がみられており、景気は悪化傾向にある。
x	人材派遣会社（社員）	周辺企業の様子	・中国市場の悪化による工場閉鎖や採用凍結など良い材料がなく、改善傾向もみられない状況である。特に沿岸部の中小の工場は同一労働同一賃金問題で非常に厳しい状況に迫られており、ますますの悪化を心配している。